

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF
MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN
KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN YOGYAKARTA**



Oleh:

Yoga Anjas Pratama

NIM: 17204010079

TESIS

Diajukan kepada Program Magister (S2)
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
YOGYAKARTA
2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Yoga Anjas Pratama, S.Pd**
NIM : 17204010079
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 12 April 2019

Saya yang menyatakan,



Yoga Anjas Pratama, S.Pd
NIM: 17204010079

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Yoga Anjas Pratama, S.Pd**

NIM : 17204010079

Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika kemudian terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 April 2019

Saya yang menyatakan,



Yoga Anjas Pratama, S.Pd
NIM: 17204010079

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp (0274) 589621. 512474 Fax, (0274) 586117
tarbiyah.uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

PENGESAHAN

B-924/Un.02/DT/PP.01.1/V/2019

Tesis Berjudul : MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF
MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN
KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN YOGYAKARTA
Nama : Yoga Anjas Pratama
NIM : 17204010079
Program Studi : MPI
Konsentrasi : MPI
Tanggal Ujian : 30 April 2019

telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd.)



Yogyakarta, 07 Mei 2019

Dekan

Dr. Ahmad Arif, M.Ag

NIP. 19661121 199203 1 002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI
UJIAN TESIS

Tesis berjudul : MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF
MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN
KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN YOGYAKARTA

Nama : Yoga Anjas Pratama, S.Pd
NIM : 17204010079
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Telah disetujui tim penguji ujian munaqosah

Pembimbing/Ketua : Dr. H. Suwadi, M.Ag., M.Pd
Penguji I : Dr. Zainal Arifin, M.S.I
Penguji II : Dr. H. Sabarudin, M.Si

(*suwadi*)
(*Zainal Arifin*)
(*Sabarudin*)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 30 April 2019

Waktu : 10.00 – 11.30

Hasil/Nilai : A

Predikat : Memuaskan/Sangat Memuaskan/Cumlaude*

*Coret yang tidak perlu

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF MELALUI
MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MAN 2
SLEMAN YOGYAKARTA**

yang ditulis oleh :

Nama : **Yoga Anjas Pratama, S.Pd**
NIM : 17204010079
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Magister (S2) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd).

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 12 April 2019

Pembimbing,



Dr. H. Suwadi, M.Ag., M.Pd
NIM.197010151996031001

MOTTO

يَمْعَشَرُ الْجِنَّ وَالْإِنْسِ إِنْ أَسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ
السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانْفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَنِ {٣٣}

Wahai golongan jin dan manusia! Jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, maka tembuslah. Kamu tidak akan mampu menembusnya kecuali dengan kekuatan (dari Allah). (Q.S. Ar-Rahman [55]: 33).¹

¹ Kementerian agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim dan Terjemah*, (Surakarta: Az-Ziyadah, 2014), hlm. 532. Ayat ini menyeru jin dan manusia jika mereka sanggup menembus, melintasi penjuru langit dan bumi karena takut siksaan dan hukuman Allah, mereka boleh mencoba melakukannya, mereka tidak akan dapat berbuat demikian. Mereka tidak mempunyai kekuatan sedikit pun dalam menghadapi kekuatan Allah SWT. Menurut para ahli tafsir, pengertian suhlthan pada ayat ini ialah ilmu pengetahuan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan ilmu manusia dapat menembus ruang angkasa. Tafsir Ar-Rahman [55] ayat 33 diakses dari <https://quran.kemenag.go.id> pada tanggal 02 Mei 2019. Lihat juga tafsir Ibnu Katsir bahwa kalian tidak akan dapat melarikan diri dari perintah Allah dan takdir-Nya, bahkan Dia meliputi kalian dan kalian tidak akan mampu melepaskan diri dari hukum-Nya, tidak pula membatalkan hukum-Nya terhadap kalian, kemana pun kalian pergi selalu diliput. Dan ini menceritakan keadaan di Yaumul Mahsyar (hharu manusia dihimpunkan) sedangkan semua malaikat mengawasi semua makhluk sebanyak tujuh shaf dari semua penjuru, maka tiada seorang pun yang dapat meloloskan diri. Tafsir Ibnu Katsir diakses dari www.ibnukatsironline.com/2015/09/tafsir-surat-al-ahzab-ayat-70-71.html, pada tanggal 02 Mei 2019, dan lihat juga dalam Muhammad Nasib ar-Rifa'i, *Kemudahan dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, (Jakarta: GEMA INSANI Press, 2000), hlm. 546.

PERSEMBAHAN

*Tesis ini kupersembahkan untuk alamaterku tercinta prodi S2 MPI
FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.*

ABSTRAK

Yoga Anjas Pratama, NIM. 17204010079. Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif Melalui Media Teknologi Informasi dan Komunikasi di MAN 2 Sleman Yogyakarta. Tesis. Yogyakarta: Program Magister Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2019.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masyarakat yang mengetahui MAN 2 Sleman sebagai penyelenggara pendidikan inklusif, akan tetapi kuota pendidikan inklusif belum terpenuhi. Terdapat empat sub fokus dalam penelitian ini, yaitu: manajemen pemasaran pendidikan inklusif, manajemen pendidikan inklusif, pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif, dan faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif.

Jenis penelitian yang digunakan penulis ialah penelitian kualitatif deskriptif. Subyek dari penelitian ini, yaitu: kepala madrasah MAN 2 Sleman, humas, koordinator pendidikan inklusif, GPK, pengelola media, dan peserta didik inklusif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan: *Pertama*, manajemen pemasaran pendidikan inklusif yang ada di MAN 2 Sleman telah berjalan sesuai dengan konsep manajemen pemasaran, yaitu: (1) Perencanaan (*planning*), adanya indentifikasi pasar, segmentasi pasar dan *positioning*, dan diferensiasi produk (2) Pengorganisasian (*organizing*) yaitu: humas (3) Penggerakan (*actuating*), berupa: membentuk tim-tim promosi hingga pelayanan pemasaran pendidikan inklusif, namun pemasaran yang dilakukan masih bersifat insidentil (4)

Pengendalian atau pengawasan (*controlling*), berupa: rapat mingguan dan bulanan. *Kedua*, manajemen pendidikan inklusif yang ada di MAN 2 Sleman telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan pelaksanaan pendidikan inklusif, yaitu: (1) Perencanaan pendidikan inklusif, berupa: penentuan tujuan dan kegiatan yang akan dilakukan (2) Pengorganisasian pendidikan inklusif, yaitu: koordinator pendidikan inklusif dan GPK (3) Pelaksanaan pendidikan inklusif, berupa: pembelajaran dikelas reguler (4) Evaluasi pendidikan inklusif, berupa: evaluasi program dan evaluasi pembelajaran. *Ketiga*, MAN 2 Sleman telah memanfaatkan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif, sebagai berikut: website sekolah, website Kemenag Sleman, website dan facebook Kemenag DIY, youtube, instagram, brosur, buletin, baner, dan koran. *Keempat*, adanya faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman, sebagai berikut: lingkungan demografi, lingkungan ekonomi, lingkungan teknologi, perusahaan, pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, dan pesaing.

Kata kunci: Manajemen Pemasaran, Pendidikan Inklusif, Media Teknologi Informasi dan Komunikasi

ABSTRACT

Yoga Anjas Pratama, NIM. 17204010079. Marketing Management of Inclusive Education through Information and Communication Technology Media in MAN 2 Sleman Yogyakarta. Thesis. Yogyakarta: Master Program in the Faculty of Tarbiyah and Teacher Training at the State Islamic University of Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2019.

The background of this research is the fact that MAN 2 Sleman known as the organizer of inclusive education, but the quota of inclusive education has not fulfilled. There are four sub-focuses in this research, namely: marketing management of inclusive education, management of inclusive education, utilization of information and communication technology media in the marketing of inclusive education, and factors that influence marketing management of inclusive education.

This research is a descriptive qualitative research. Headmaster, public relations section, coordinator of inclusive education, GPK, media managers, and inclusive students of MAN 2 Sleman are the subjects of this research.

These are the results of this study: *First*, the marketing management of inclusive education in MAN 2 Sleman is compatible with the marketing management concept that consists four steps: (1) Planning including market identification, market segmentation and positioning, and product differentiation (2) Organizing, by public relations, (3) Actuating, in the form of: forming promotion teams and marketing education inclusive services, but marketing carried out is still incidental (4) Controlling or supervision, in the form of: weekly

meetings and monthly. *Second*, the implementation of the management of inclusive education in MAN 2 Sleman are compatible with the stages of implementing inclusive education that consists four stages: (1) Inclusive education planning, in the form of: setting goals and activities to carry out (2) Inclusive education organizing, by forming inclusive education coordinator and special mentoring teacher (3) Implementation of inclusive education, in the form of: learning in the regular class; (4) Inclusive education evaluation, in the form of: program evaluation and learning evaluation. *Third*, MAN 2 Sleman has utilized information and communication media in marketing inclusive education, as follows: school websites, Sleman Ministry of Religion website, DIY, youtube, instagram, brochures, newsletters, banners, and newspapers. Fourth, there are factors that influence marketing management of inclusive education in Sleman 2 MAN, as follows: demographic environment, economic environment, technology environment, companies, suppliers, marketing intermediaries, customers, and competitors.

Keywords: *Marketing Management, Inclusive Education, Media of Information and Communication Technology*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penelitian perpedoman pada surat keputusan bersama menteri agama RI dan menteri pendidikan dan kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 januari 1998.

A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | ba' | B | Be |
| ت | ta' | T | Te |
| ث | sa' | ṡ | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ḥa | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Ẓal | Ẓ | zet (dengan titik di atas) |
| ر | ra' | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |

| | | | |
|---|--------|---|-----------------------------|
| ص | ṣad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa' | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ẓa' | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘ain | ‘ | koma terbaik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | fa' | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wawu | W | We |
| ه | ha' | H | Ha |
| ء | Hamzah | ‘ | Apostrof |
| ي | ya' | Y | Ye |

B. Konsonan rangkap karena Syahadah ditulis rangkap

| | | |
|---------|---------|-------------|
| متعقدين | Ditulis | muta'qqidīn |
| عدة | Ditulis | ‘iddah |

C. *Ta' marbutah*

1. Bila dimatikan ditulis h

| | | |
|------|---------|--------|
| هبة | Ditulis | Hibbah |
| جزية | Ditulis | Jizyah |

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

| | | |
|----------------|---------|--------------------|
| كرامه الاولياء | Ditulis | karāmah al-auliya' |
|----------------|---------|--------------------|

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harokat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis t.

| | | |
|------------|---------|---------------|
| زكاة الفطر | Ditulis | zakātul fiṭri |
|------------|---------|---------------|

D. Vocal Pendek

| | | | |
|-------|--------|---------|---|
| _____ | Kasrah | Ditulis | I |
| _____ | fathah | ditulis | a |
| _____ | dammah | ditulis | u |

E. Vocal Panjang

| | | |
|-------------------------|---------|------------|
| fathah + alif جاهلية | ditulis | Ā |
| fathah + ya' mati | ditulis | jāhiliyyah |
| يسعى | ditulis | a |
| kasrah + ya' mati | ditulis | yas'ā |
| كريم | ditulis | ī |
| dammah + wawu | ditulis | karīm |
| mati | ditulis | u |
| | | furūd |

F. Vocal Rangkap

| | | |
|--------------------|---------|----------|
| fathah + ya' mati | ditulis | Ai |
| بينكم | ditulis | bainakum |
| fathah + wawu mati | ditulis | au |
| قول | ditulis | qaulukum |

G. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

| | | |
|-----------|---------|-----------------|
| أأنتم | ditulis | a'antum |
| أعدت | ditulis | u'idat |
| لئن شكرتم | ditulis | la'in syakartum |

H. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qamariyah

| | | |
|--------|---------|------------|
| القران | ditulis | al-Qura'ān |
| القياس | ditulis | al-Qiyās |

- b. Bila diikuti huruf syamsiah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya.

| | | |
|--------|---------|-----------|
| السماء | Ditulis | as-Samā' |
| الشمس | ditulis | asy-Syams |

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

| | | |
|------------|---------|---------------|
| ذوي الفروض | Ditulis | ẓawī al-furūd |
| أهل السنة | ditulis | ahl al-sunnah |

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah SWT atas segala kenikmatan yang masih Ia berikan kepada kita, yaitu: nikmat kesehatan, iman, Islam dan ihsan. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan dan terlimpahkan kepada baginda Nabi Muhammad ﷺ beserta keluarga dan para sabatannya, karena beliaulah kini kita dapat merasakan manisnya iman dan indahnya Islam.

Tesis ini penulis susun sebagai tulisan ilmiah dan diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar Magister (S2) dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam, FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini tidak terlepas dari adanya bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Ahmad Arifi, M.Ag, selaku Dekan FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Prof. Dr. H. Hamruni, M.Si selaku ketua Program Studi Magister (S2) Manajemen Pendidikan Islam FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Bapak Dr. H. Suwadi, M.Ag., M.Pd selaku pembimbing tesis yang telah banyak meluangkan waktu nya untuk membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian tesis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Magister (S2) FITK beserta para karyawan yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis selama belajar di Magister (S2) FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Pimpinan dan seluruh karyawan atau karyawan perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yang telah melayani dan mempermudah penulis dalam mencari sumber-sumber terkait tesis ini.
7. Seluruh civitas akademika MAN 2 Sleman Yogyakarta yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis melakukan penelitian hingga dapat terselesaikannya tesis ini.
8. Sahabat-sahabat para peneliti dan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta khususnya MPI Kelas A2 yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga usaha, do'a dan jasa baik dari Bapak, Ibu, dan saudara/i
sekalian menjadi amal ibadah yang diridhoi Allah SWT, dan mudah-
mudahan Allah SWT membalasnya dengan sesuatu yang lebih baik.
Amin Ya Robbal 'Alamiin.

Yogyakarta, 12 April 2019

Penulis,

Yoga Anjas Pratama, S.Pd

NIM. 17204010079

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI..... | iii |
| PENGESAHAN | iv |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI | v |
| NOTA DINAS PEMBIMBING | vi |
| MOTTO..... | vii |
| PERSEMBAHAN | viii |
| ABSTRAK..... | ix |
| PEDOMAN TRANSLITERASI..... | xiii |
| KATA PENGANTAR | xviii |
| DAFTAR ISI | xxi |
| DAFTAR TABEL | xxiv |
| DAFTAR GAMBAR | xxv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penulisan | 7 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| E. Tinjauan Pustaka | 8 |
| F. Sistematika Pembahasan | 15 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|---|----|
| A. Manajemen Pemasaran | 17 |
| 1. Pengertian Manajemen Pemasaran | 17 |
| 2. Konsep Dasar Pemasaran | 18 |
| 3. Fungsi Manajemen Pemasaran | 20 |
| 4. Faktor-Faktor Manajemen Pemasaran | 38 |
| B. Pendidikan Inklusif | 41 |
| 1. Pengertian Pendidikan Inklusif | 41 |
| 2. Tujuan dan Fungsi Pendidikan Inklusif | 43 |
| 3. Prinsip-prinsip Pendidikan Inklusif | 44 |
| 4. Landasan Pendidikan Inklusif | 45 |
| 5. Tahapan-tahapan Pelaksanaan Pendidikan Inklusif | 48 |
| C. Media Teknologi Informasi dan Komunikasi | 53 |
| 1. Pengertian Media | 53 |
| 2. Pengertian Teknologi Informasi dan Komunikasi | 54 |
| 3. Jenis-Jenis Media Teknologi Informasi dan Komunikasi | 56 |
| 4. Fungsi Media Teknologi Informasi dan Komunikasi | 58 |
| 5. Pemanfaatan Media Teknologi Informasi dan Komunikasi | 59 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 62 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian | 63 |
| C. Sumber dan Data | 64 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 64 |
| E. Teknik Analisis Data Penelitian | 67 |
| F. Uji Keabsahan Data | 70 |

BAB IV GAMBARAN UMUM MAN 2 SLEMAN YOGYAKARTA

| | |
|---|----|
| A. Sejarah Berdirinya MAN 2 Sleman..... | 72 |
| B. Visi, Misi, dan Tujuan Pendidikan | 73 |
| C. Struktur Organisasi | 77 |
| D. Kondisi Sarana dan Prasarana | 79 |
| E. Keadaan Tenaga Pendidik, Kependidikan, dan Karyawan..... | 85 |
| F. Keadaan Peserta Didik..... | 89 |

BAB V MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

| | |
|---|-----|
| A. Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif..... | 93 |
| B. Manajemen Pendidikan Inklusif..... | 127 |
| C. Pemanfaatan Media Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pemasaran Pendidikan Inklusif..... | 145 |
| D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif..... | 161 |

BAB VI PENUTUP

| | |
|------------------------------|-----|
| A. Kesimpulan..... | 173 |
| B. Kontribusi Teoritik | 175 |
| C. Saran | 176 |

DAFTAR PUSTAKA178

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Struktur Organisasi MAN 2 Sleman Yogyakarta Tahun Pelajaran 2018/2019,77
2. Tabel 2 Struktur Pengurus Komite MAN 2 Sleman Yogyakarta Tahun pelajaran 2018/2019,78
3. Tabel 3 Keadaan Sarana dan Prasarana MAN 2 Sleman Yogyakarta Tahun Pelajaran 2018/2019,80
4. Tabel 4 Data Tenaga Kependidikan dan Karyawan MAN 2 Sleman Yogyakarta Tahun Pelajaran 2018/2019,85
5. Tabel 5 Rekapitulasi Peserta didik MAN 2 Sleman Yogyakarta Tahun Pelajaran 2017/2018,89

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1 Konsep Dasar Pemasaran, | 19 |
| Gambar 2 Denah Lokasi MAN 2 Sleman Yogyakarta, | 63. |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Peta Konsep Instrument Penelitian

Lampiran 2 Pedoman Observasi

Lampiran 3 Pedoman Dokumentasi

Lampiran 4 Pedoman Wawancara

Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan

Lampiran 6 Dokumentasi Daftar Peserta Didik Inklusif

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan usaha belajar mengajar yang dilakukan oleh seorang peserta didik, bahan ajar, dan adanya bimbingan dari guru. Pendidikan merupakan sarana bagi seorang untuk meningkatkan kualitas diri atau dalam hal ini untuk meningkatkan kualitas sumber manusia yang ada, sebagai salah satu faktor penentu bagi kemajuan suatu bangsa. Usman Abu Bakar menyatakan bahwa salah satu barometer majunya suatu bangsa ialah dimana bangsa yang mempunyai sumber daya manusia yang baik dan mampu bersaing adalah mereka yang maju dalam dunia pendidikan.¹

Pendidikan pada hakikatnya tidak hanya bertujuan untuk membuat orang menjadi pintar, bahkan lebih dari itu pendidikan memiliki misi untuk membuat seseorang menjadi lebih baik.² Di era globalisasi saat ini pendidikan terus mengalami perkembangan kearah kemajuan, hal ini ditandai dengan adanya berbagai macam bentuk inovasi pembelajaran yang ditujukan untuk mempermudah *stakeholder* (peserta didik) dalam mencapai tujuan pembelajarannya. Bahkan, tidak hanya sampai disitu, saat ini banyak dari lembaga pendidikan yang memanfaatkan perkembangan dari era globalisasi untuk melakukan persaingan dalam hal pemasaran sekolah yakni dengan memanfaatkan

¹ Abu Bakar Usman, *Fungsi Ganda Lembaga Pendidikan Islam: Respon Kreatif Terhadap Undang-Undang Sisdiknas*, (Yogyakarta: Safiria Insani Press, 2005), hlm.1

² Rohmat, *Manajemen Pendidikan*, (Sukoharjo: Tarjih, 2017), hlm. 119.

media teknologi informasi dan komunikasi sebagai media pemasaran sekolah.

Pemasaran sekolah atau lembaga pendidikan merupakan kegiatan pengelolaan yang sistematis yang dilakukan untuk mempromosikan visi dan misi dari suatu lembaga pendidikan berdasarkan kepuasan dan kebutuhan sosial masyarakat.³ Pemasaran sekolah bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk yang ditawarkan sekolah, meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, membedakan produk sekolah dengan sekolah lainnya, memberi penekanan nilai lebih yang diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan, dan mestabilkan eksistensi serta kebermaknaan sekolah di masyarakat.⁴

Pendidikan inklusif atau pendidikan disabilitas merupakan sistem layanan pendidikan yang mengatur agar siswa difabel dapat dilayani di sekolah terdekat, di kelas reguler bersama-sama teman seusianya, tanpa harus dikhususkan kelasnya.⁵ Melalui *Conventional on the Right Person with Disabilities and optional Protocol* dalam pasal 24 dinyatakan bahwa setiap negara berkewajiban untuk menyelenggarakan sistem pendidikan inklusif disetiap tingkatan pendidikan.⁶

³ Deni Darmawan, *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi: Teori dan Aplikasi*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2012, hlm. 2.

⁴ *Ibid.*,

⁵ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pendidikan_inklusif, diakses pada 30 November 2018.

⁶ N. Praptiningrum, "Fenomena Penyelenggaraan Pendidikan Inklusif Bagi Anak Berkebutuhan Khusus, *Jurnal Pendidikan Khusus*, Vol. 7, No.2: 2010, hlm. 33.

Pemerintah melalui Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 70 Tahun 2009 Pasal 4 ayat (1) menyatakan bahwa pemerintah kabupaten atau kota menunjuk paling sedikit satu sekolah dasar dan satu sekolah menengah pertama pada setiap kecamatan dan satu satuan pendidikan menengah untuk menyelenggarakan pendidikan inklusif yang wajib menerima peserta didik sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 ayat (1) yakni setiap peserta didik yang memiliki kelaianan fisik, emosional, mental dan sosial atau memiliki potensi kecerdasan dan/atau bakat istimewa berhak mengikuti pendidikan secara inklusif pada satuan pendidikan tertentu sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya.⁷

Pendidikan inklusif pada dasarnya telah diterapkan di Indonesia. Pemerintah telah menunjuk beberapa lembaga pendidikan untuk menyelenggarakan pendidikan ini, yakni dengan memberikan kuota pendidikan bagi penyandang disabilitas di sekolah yang ditunjuk untuk mengadakan pendidikan tersebut. Contoh: SMA Muhammadiyah 4 Yogyakarta, SD 2 Tumbuh, SD Taman Ibu Pawiyatan Yogyakarta, SMAN 1 Sewon, dan MAN 2 Sleman.

Salah satu yang sudah menerapkan pendidikan inklusif adalah MAN 2 Sleman sebagai sekolah penyelenggara pendidikan inklusif pertama tingkat madrasah aliyah di Indonesia.⁸ Berdasarkan hasil observasi awal penulis bahwa MAN 2 Sleman telah melakukan

⁷ Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 70 Tahun 2009 tentang Pendidikan Inklusif bagi Peserta Didik yang Memiliki Kelainan dan Memiliki Potensi Kecerdasan dan/atau bakat istimewa, hlm. 3.

⁸ Hasil dokumentasi penulis dari brosur MAN 2 Sleman pada tanggal 14 Maret 2019.

sosialisasi dan promosi kepada masyarakat melalui brosur dan website,⁹ sehingga dari hasil sosialisasi dan promosi tersebut masyarakat sekitar menjadi tahu bahwa MAN 2 merupakan salah satu sekolah yang menyelenggarakan pendidikan inklusif. Adapun kendala yang penulis temukan di lapangan ialah kuota pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman belum terpenuhi. Hal ini berdasarkan hasil observasi penulis dimana pada tahun ajaran 2018/2019 MAN 2 Sleman menyediakan kuota pendidikan inklusif sebanyak 12 orang akan tetapi yang terpenuhi hanya 11 orang.¹⁰

Teknologi informasi dan komunikasi merupakan sarana atau alat bantu yang digunakan seorang untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Bela Oktama Lestari sebagaimana yang dikutip Ismail Darimi mengatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi merupakan suatu program, untuk alat bantu, manipulasi dan menyampaikan informasi serta sebagai payung besar terminologi yang mencakup seluruh peralatan teknis untuk memproses dan menyampaikan informasi.¹¹

Teknologi informasi dan komunikasi dapat digunakan sebagai sarana pemasaran sekolah, hal ini dikarenakan teknologi informasi dan komunikasi memiliki jangkauan yang luas dan memiliki fungsi-fungsi, sebagai berikut: (1) Dapat memotivasi minat. (2) Menyajikan informasi (3) Memberi instruksi.¹² Teknologi informasi dan komunikasi sebagai

⁹ Hasil observasi penulis di MAN 2 Sleman dan di website man2sleman.sch.id pada tanggal 02 Oktober 2019.

¹⁰ Hasil observasi penulis di MAN 2 Sleman pada tanggal 02 Oktober 2018.

¹¹ Ismail Darimi, "Teknologi Informasi dan Komunikasi Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Efektif", *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Cyberspace*, Vol. 1, No. 2, 2017:113.

¹² *Ibid*, hlm. 115

sarana promosi sekolah dapat berupa: internet, website, media sosial (facebook, twitter, instagram, whatsapps dll), banner, papan iklan, radio, televisi dan lain sebagainya.

Dikutip Rusi Restiyani dari Munir bahwa paradigma yang mendasari intergrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam pendidikan ialah, sebagai berikut: (1) teknologi informasi komunikasi sebagai alat-alat teknologi yang dapat dijadikan sebagai pelaku dalam pendidikan. (2) teknologi informasi sebagai bagian materi. (3) teknologi informasi sebagai alat bantu untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, menyelidiki, membuktikan dan menyebarkan informasi penting secara efektif dan efisien.¹³

Pada akhirnya media teknologi informasi dan komunikasi hendaklah dapat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk membantu tercapainya tujuan dari suatu lembaga pendidikan. Hal ini dikarenakan teknologi informasi dan komunikasi merupakan sarana atau media efektif yang dapat digunakan sekolah atau lembaga pendidikan dalam melakukan promosi atau pemasaran terkait keunggulan-keunggulan dan program-program yang dimiliki sekolah dalam rangka memperkenalkan diri kepada masyarakat luas.

Usaha pemasaran atau promosi pendidikan inklusif ini dapat dilakukan melalui media teknologi informasi dan komunikasi, seperti: internet, website, media sosial (facebook, twitter, instagram, dan youtube), papan iklan, sepanduk dan lain sebagainya. Dengan harapan

¹³ Rusi Restiyani, "Profil Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi TIK sebagai Media dan Sumber Pembelajaran oleh Guru Biologi", *Jurnal Edusains*, Vol. VI, No. 01, 2014: 50.

kedepannya keinginan masyarakat untuk bersekolah di suatu lembaga pendidikan inklusif dapat terus meningkat.

Berdasarkan hasil observasi awal penulis di MAN 2 Sleman, masyarakat sekitar sudah mengetahui bahwa MAN 2 Sleman merupakan salah satu sekolah penyelenggara pendidikan inklusif di Sleman Yogyakarta. Akan tetapi yang menjadi kendala ialah kuota pendidikan inklusif yang disediakan belum juga terpenuhi. Untuk itu dalam hal ini penulis bermaksud untuk mengkaji lebih mendalam mengenai manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi di MAN 2 Sleman. Kajian ini penulis tuangkan dalam bentuk penelitian Tesis dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif Melalui Media Teknologi Informasi dan Komunikasi di MAN 2 Sleman”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman?
2. Bagaimana manajemen pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman?
3. Bagaimana pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman?
4. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui lebih mendalam mengenai manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi di MAN 2 Sleman. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman
2. Mendeskripsikan manajemen pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman
3. Mendeskripsikan pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman
4. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi semua pihak, baik manfaat secara teoritis atau pun praktis. Berikut manfaat penelitian:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Serta dapat memberikan wawasan dan ide bagi masyarakat dan lembaga pendidikan di Indonesia, khususnya MAN 2 Sleman mengenai manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Sebagai sarana penambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman penulis akan pentingnya manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi.

b. Bagi sekolah

Sebagai bahan informasi dan evaluasi yang aktual bagi MAN 2 Sleman untuk terus konsisten dan berinovasi dalam pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi.

c. Bagi pembaca

Sebagai sarana penambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi di lembaga pendidikan tingkat Madrasah Aliyah. Serta hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi atas penelitian yang akan dilakukan berikutnya.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dilakukan untuk mengetahui letak perbedaan antara satu penelitian dengan penelitian lain yang sudah ada sebelumnya. Tinjauan pustaka pada penelitian ini didasarkan atas adanya gagasan tentang proposal yang diajukan penulis dengan judul “manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi,” agar tidak adanya hubungan atau

kesamaan dengan penelitian sebelumnya, maka sebelum mengkaji penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka terlebih dahulu.

Pertama, tesis yang disusun oleh Fahmi Hidayat dengan judul “Strategi Manajemen Marketing Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Klaten Tahun 2016/2017. Penelitian ini membahas dan berfokus pada strategi manajemen marketing MAN Klaten Tahun 2016/2017. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan alat pengumpulan data, berupa: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini, sebagai berikut: MAN Klaten menggunakan dua cara dalam strategi marketing-nya yakni: *Pertama*, MAN Klaten menggunakan strategi manajemen marketing secara langsung yakni dengan dengan mengutus tim promosi yang diberi nama tim sosialisasi, yang ditunjuk oleh kepala sekolah dan diberikan wewenang penuh untuk mengelola strategi manajemen marketing MAN Klaten. *Kedua*, MAN Klaten menggunakan strategi marketing secara tidak langsung, yakni dengan cara memanfaatkan potensi yang dimiliki seluruh komponen yang ada di MAN Klaten, yaitu dengan cara promosi-promosi melalui media internet, pengiriman delegasi dalam lomba-lomba tertentu, dan menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang mampu menarik peserta didik SMP atau MTS untuk bersekolah di MAN Klaten.¹⁴

Kedua, tesis yang disusun oleh Eni Murwati dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (studi tentang manajemen pemasaran di MTS Negeri Maguwoharjo). Penelitian ini membahas dan berfokus pada manajemen pemasaran pendidikan Islam yang digunakan

¹⁴ Fahmi Hidayat, *Strategi Manajemen Marketing Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Klaten Tahun 2016/2017*, (Teisis: FITK IAIN Surakarta, 2017), hlm. 97-98

MTS Negeri Maguwoharjo dalam bersaing dengan lembaga pendidikan umum lainnya dalam mendapatkan *input* atau peserta didik yang baik. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan pendekatan administratif yang digunakan untuk menganalisis pelaksanaan manajemen pemasaran yang dilakukan MTS Negeri Maguwoharjo. Penelitian ini menggunakan beberapa alat pengumpulan data, berupa: observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Adapun hasil dari penelitian ini, sebagai berikut: manajemen pemasaran pendidikan Islam yang dilaksanakan di MTs Negeri Maguwoharjo telah berjalan dengan baik dan telah mencapai target yang diinginkan. Manajemen pemasaran pendidikan Islam di MTs Negeri Maguwoharjo dilaksanakan dengan menjalankan fungsi-fungsi manajemen berupa perencanaan, penataan, kepemimpinan dan pengendalian.

Pertama, perencanaan pemasaran di MTs Negeгри Maguwoharjo dilakukan dengan beberapa langkah, yaitu: (1) Menetapkan tujuan pemasaran berupa mendapatkan siswa cerdas, terampil, berprestasi akademik maupun non akademik, dan memiliki *brand* yang dikenal dimasyarakat. (2) Menentukan strategi pemasaran dengan pemasaran, yakni penerapan dari 7P (*product, prince, place, promotion, people, phsyical evidence, process*). (3) Adanya kebijakan diskon 50% untuk beasiswa non akademik dan penerapan kurikulum 2013. Membuat prosedur berupa: membentuk team, rapat, menyusun agenda kegiatan dan membagi tugas (konsep pembiayaan). *Kedua*, penataan atau pengorganisasian pemasaran yang dilakukan dengan membentuk struktur organisasi yang bertugas melakukan pemasaran dan menjalankan program pemasaran. *Ketiga*, kepemimpinan

pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo di pimpin oleh kepala sekolah dan WAKA kesiswaan. *Keempat*, pengendalian pengawasan pemasaran dilakukan oleh kepala sekolah dan WAKA kesiswaan dengan menjalankan tiga tipe dasar pengawasan, yaitu: (1) pengawasan pendahuluan (2) pengawasan "*concurrent*" (3) pengawasan umpan balik. Sedangkan untuk target manajemen pemasaran pendidikan Islam di MTs Negeri Maguwoharjo terbagi menjadi dua yakni: *Pertama*, target yang dicapai berupa jumlah siswa di MTs Negeri Maguwoharjo yang sudah terpenuhi, sekolah diliput di TV bahkan lebih dari 3x dalam setahun, dan sekolah mulai dikenal masyarakat. *Kedua*, target yang ingin dicapai yakni 5-10 Tahun kedepan MTs Negeri Maguwoharjo dapat menjadi sekolah pilihan dan tujuan, beprestasi akademik dan non akademi, dan terdapat SDM khusus yang menangani manajemen pemasaran.¹⁵

Ketiga, tesis yang disusun oleh Qamarudin Dwi Antoro dengan judul "Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di MI Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten". Penelitian ini membahas tentang manajemen pemasaran pendidikan dalam peningkatan mutu. Adapun fokus dari penelian ini, yaitu pada manajemen pemasaran dan pengimplementasian teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian ini berfokus pada manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan mutu. Jenis dari penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat untuk pengumpulan data. Adapun hasil dari

¹⁵ Eni Murwati, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (studi tentang manajemen pemasaran di MTS Negeri Maguwoharjo)*, (Tesis: FITK UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm. 137-139

penelitian ini, sebagai berikut: *Pertama*, terdapat 7 elemen pokok dalam implementasi konsep manajemen pemasaran pendidikan di MI Muhammadiyah Basin, sebagai berikut: (1) MI Muhammadiyah Basin mempunyai produk jual atau *output* berupa penciptaan generasi muslim yang berilmu, berprestasi, yang dilandasi keimanan, ketaqwaan dan santun dalam berbudaya bangsa. (2) penetapan biaya pendidikan di MI Muhammadiyah Basin menggunakan konsep kesimpulan harga-mutu serta pemerataan biaya potongan bayaran. (3) Lokasi MI Muhammadiyah Basin cukup strategis, karena tidak terlalu jauh dari pusat kota Klaten. (4) Kegiatan promosi di MI Muhammadiyah Basin melibatkan semua guru dan karyawan, dan dipromosikan melalui alat atau media apa saja yang digunakan untuk mempromosikan sekolah, seperti: brosur, spanduk, dan persentasi dari TK ke TK atau orang tua peserta didik. (5) tenaga pendidik dan kependidikan tergolong profesional karena sebagai besar telah menempuh jenjang S1 dan ada beberapa jenjang S2 dan D3. (6) sarana dan prasarana untuk tingkatan SD sudah dapat dikatakan lengkap dan mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar (KBM) yang kondusif. (7) rangkaian atau proses aktifitas untuk menyampaikan jasa pendidikan agar terciptanya tujuan, didukung oleh dua kurikulum yaitu kurikulum KTSP dan kurikulum 2013, serta kegiatan ekstra, kegiatan tambahan dan pembiasaan untuk pembinaan siswa. *Kedua*, upaya pengimplementasian peningkatan mutu di MI Muhammadiyah Basin telah berhasil hal ini dapat dilihat dari produk, SDM, dan proses yang dilakukan. *Ketiga*, terdapatnya faktor penghambat dan pendukung pada

manajemen pemasaran dalam peningkatan mutu di MI Muhammadiyah Basin.¹⁶

Keempat, jurnal yang disusun oleh M. Munir dalam INTIZAM : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 1 No. 2 April 2018 dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik”. Penelitian ini berfokus membahas manajemen pemasaran pendidikan sebagai suatu cara dalam meningkatkan kuantitas peserta didik. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan metode pengumpulan data berupa penelusuran terhadap buku-buku, artikel, document dan lain sebagainya yang terkait dengan kajian penelitian. Hasil dari penelitian ini yaitu: bahwa sekolah yang memiliki kualitas dan manajemen pemasaran yang baik dapat meningkatkan kuantitas peserta didik baru. Manajemen pemasaran yang baik menerapkan 7 elemen, yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (orang/guru dan staf), *physical evidence* (bentuk fisik).¹⁷

Kelima, jurnal yang disusun oleh Sunardi dan Sunaryo dalam JASSI_Anakku, Vol. 10, No. 2, 2011 dengan judul “Manajemen Pendidikan Inklusif (konsep, kebijakan, dan implementasinya)”. Penelitian ini membahas tentang manajemen pendidikan inklusif yang dijadi dari sudut pandang konsep, kebijakan, dan implementasinya. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*)

¹⁶ Qamarudin Dwi Antoro, *Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di MI Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten*, (Tesis: FITK UIN Sunan Kalijaga, 2015), hlm. 113-117

¹⁷ M. Munir, “Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Kualitas Peserta Didik”, *INTIZAM : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 1, No. 2, 2018 : 92.

dengan metode pengumpulan data berupa penelusuran terhadap buku-buku, artikel, document dan lain sebagainya yang terkait dengan kajian penelitian. Hasil dari penelitian ini yaitu: bahwa pendidikan inklusif merupakan pendidikan yang menekankan kepada aspek persamaan hak dan akses pendidikan yang bermutu kepada setiap warga negara tanpa terkecuali. Pendidikan inklusif di Indonesia dalam perkembangannya semakin diterima dan berkembang cukup pesat namun dalam implementasinya masih mengalami berbagai problema, isu, dan permasalahan yang harus disikapi secara bijak sehingga dalam implementasinya tidak menghambat upaya dan proses pendidikan inklusif itu sendiri serta selaras dengan konsep-konsep yang mendasarinya. Untuk mewujudkan itu semua maka diperlukan nya komitmen yang tinggi dan upaya kerja keras melalui kolaborasi dari berbagai pihak (pemerintah dan masyarakat) dalam mengatasi berbagai probelema, isu dan permasalahan sehingga tujuan dari adanya pendidikan inklusif dapat direalisasikan secara cepat, tepat dan maksimal.¹⁸

Dari beberapa penelitian yang relevan di atas, jika dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, maka dirasa penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Letak kesamaan tersebut terdapat pada manajemen pemasaran dan pendidikan inklusif sebagai subjek yang dikaji dan sama-sama merupakan penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan perbedaannya terdapat pada kajian pemasaran pendidikan inklusif yang dipasarkan melalui media teknologi informasi dan

¹⁸ Sunardi & Sunaryo, "Manajemen Pendidikan Inklusif: Konsep, Kebijakan, dan Implementasinya", *JASSI_Anakku*, Vol. 10, No. 2, 2011 : 198-199.

komunikasi. Selain itu, dilihat dari segi subjek yang diteliti jelas berbeda karena penelitian ini dilakukan di MAN 2 Sleman yang belum pernah dilakukan penelitian dengan judul dan tempat yang sama sebelumnya.

F. Sistematika Penulisan

Secara umum tulisan dari tesis ini terbagi kedalam tiga bagian, yaitu: bagian pendahuluan, bagian isi, dan bagian penutup yang disertai dengan bagian formalitas dan lampiran-lampiran. Dari ketiga bagian tersebut kemudian diuraikan menjadi VI (enam) bab yang terdiri dari bab I, bab II, bab III, bab IV, bab V dan bab VI.

Pada bab I dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan. Kemudian dilanjutkan dengan bab II yang membahas mengenai landasan teori terkait kajian penelitian yang dilakukan, yaitu: manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi di MAN 2 Sleman. Setelah itu pada bab III dibahaslah mengenai metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, dan teknik analisis data penelitian.

Pada bab IV dijelaskan lah mengenai profil sekolah atau gambaran umum MAN 2 Sleman Yogyakarta. Kemudian pada bab V dilakukan analisis data serta pembahasan yang memuat hasil penelitian guna menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Kemudian dilanjutkan dengan bab VI yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian terkait pembahasan yang dilakukan. Sebagai pelengkap, pada

bagian akhir penelitian ini ditampilkan lah daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup penulis.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka pada akhir pembahasan ini dapat diperoleh beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran pendidikan inklusif yang ada di MAN 2 Sleman telah berjalan sesuai dengan konsep manajemen pemasaran yaitu: (1) Perencanaan (*planning*), dalam hal ini MAN 2 Sleman secara tidak langsung telah melakukan identifikasi pasar, segmentasi pasar dan *positioning*, serta deferensiasi produk, dimana produk-produk pendidikan inklusif MAN 2 Sleman mempunyai kelebihan dibandingkan dengan produk pendidikan lainnya, seperti: memiliki kemampuan dibidang tahfidz dan qiroah (2) Pengorganisasian (*organizing*), dalam hal ini tugas pemasaran atau promosi pendidikan inklusif diserahkan kepada Humas MAN 2 Sleman (3) Penggerakan (*actuating*), dalam hal ini MAN 2 Sleman membentuk tim-tim promosi, melakukan komunikasi pasar, pelayanan pemasaran pendidikan inklusif, penggunaan strategi pemasaran, dan telah melakukan pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi. Namun dalam hal ini pemasaran yang dilakukan masih bersifat insidentil artinya baru akan dilakukan ketika mendekati PPDB dan belum dilakukan pemasaran sepanjang tahun (4) Pengendalian atau pengawasan (*controlling*), dalam hal ini dilakukan dalam bentuk rapat-rapat sekolah baik itu rapat bulanan atau pun rapat mingguan.

2. Manajemen pendidikan inklusif yang ada di MAN 2 Sleman telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan-tahapan pelaksanaan pendidikan inklusif, sebagai berikut: (1) Perencanaan pendidikan inklusif, dalam hal ini MAN 2 Sleman menentukan tujuan pelaksanaan pendidikan inklusif dan telah melakukan berbagai kegiatan pencapaian tujuan tersebut, seperti: pengadaan workshop pendidikan inklusif untuk guru-guru, pelatihan komputer berbicara, hingga pelayanan pendampingan dan bimbingan bagi peserta didik inklusif (2) Pengorganisasian pendidikan inklusif, dalam hal ini MAN 2 Sleman telah memiliki petugas khusus pendidikan inklusif yang terdiri dari koordinator pendidikan inklusif dan GPK (3) Pelaksanaan pendidikan inklusif, dalam hal ini MAN 2 Sleman melaksanakan pendidikan inklusif dalam bentuk kegiatan pembelajaran dikelas-kelas reguler dimana peserta didik inklusif diberikan materi, RPP, dan silabus yang sama dengan peserta didik normal lainnya tetapi dengan perlakuan dan pelayanan yang berbeda (4) Evaluasi pendidikan inklusif, dalam hal ini MAN 2 Sleman melakukan dua bentuk evaluasi, yaitu: evaluasi program dan evaluasi pembelajaran yang nantinya akan disampaikan dalam bentuk rapat-rapat evaluasi yang diadakan satu atau dua bulan sekali.
3. MAN 2 Sleman telah memanfaatkan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif. Pemanfaatan-pemanfaatan tersebut berupa pemanfaatan media internet, seperti: website sekolah, youtube, instagram, dan media massa, seperti: brosur, buletin, dan baner. Selain itu

MAN 2 Sleman juga memanfaatkan website Kemenag Sleman, website dan facebook Kemenag wilayah DIY, KR (Kedaulatan Rakyat), dan Harjo (Harian Jogja) sebagai media pemasaran pendidikan inklusif.

4. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman, yaitu: faktor lingkungan makro, seperti: lingkungan demografi (letak demografi sekolah), lingkungan ekonomi (ekonomi sekolah), lingkungan teknologi (teknologi yang dimanfaatkan sekolah untuk pemasaran pendidikan inklusif dll) dan lingkungan mikro, seperti: perusahaan (MAN 2 Sleman), pemasok (bantuan-bantuan dari pemerintah, YAKETUNIS), perantara pemasaran (Kemenag Sleman, Kemenag DIY, KR (Kedaulatan Rakyat), Harjo (Harian Jogja), pelanggan (peserta didik inklusif), dan pesaing (lembaga pendidikan lainya yang juga melayani pendidikan inklusif).

B. Kontribusi Teoritik

1. Manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman memiliki beberapa kelebihan, diantaranya: pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman dilakukan dengan menggunakan media teknologi informasi dan komunikasi, seperti: website-website, youtube, brosur, buletin, dan media cetak. Selain itu juga MAN 2 Sleman menyediakan kuota pendidikan inklusif yang relatif lebih banyak, dibandingkan dengan lembaga pendidikan inklusif lainya, yaitu: dua belas peserta didik dalam satu angkatan.

2. MAN 2 Sleman merupakan satu-satunya madrasah aliyah negeri di Yogyakarta yang menyelenggarakan pendidikan inklusif, bahkan dalam pelayanan pendidikan inklusifnya MAN 2 Sleman telah memfasilitasi peserta didik inklusif dengan sejumlah fasilitas, berupa: alat tulis dan buku-buku braile, ruang dan toilet khusus inklusif, tongkat dan blok-blok jalanan untuk penyandang tunanetra, dan komputer berbicara serta telah memberikan pelatihan-pelatihan khusus keingklusifan bagi guru-guru dan peserta didik inklusif.
3. Pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi sangat berpengaruh terhadap pemasaran pendidikan inklusif. Masyarakat MAN 2 Sleman secara mandiri telah memanfaatkan media tersebut sebagai sarana pemasaran atau promosi terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan, termasuk pendidikan inklusif dan telah terjalinnya sikap solidaritas dan saling membantu dalam pembelajaran antara guru, peserta didik normal, dan peserta didik inklusif.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan mempertimbangkan hasil temuan di lapangan, maka penulis dapat memberikan saran terkait manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi dan komunikasi di MAN 2 Sleman Yogyakarta, sebagai berikut:

1. Bagi pihak sekolah ada baiknya dapat melakukan pemasaran pendidikan inklusif sepanjang tahun, baik itu pemasaran mengenai kegiatan-kegiatan sekolah, prestasi-prestasi yang

diraih atau pun tentang PPDB. Hal ini dimaksudkan agar MAN 2 Sleman menjadi semakin dikenal masyarakat luas dan kuota pendidikan inklusif dapat terpenuhi.

2. Masih diperlukanya kerjasama yang lebih antara koordinator pendidikan inklusif, GPK, dan seluruh masyarakat sekolah dalam penyelenggaraan atau pelaksanaan pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman. Selain itu diharapkan juga kepada MAN 2 Sleman untuk dapat terus mengadakan workshop-workshop pendidikan inklusif bagi guru-guru serta pelatihan dan peningkatan pelayanan bagi peserta didik inklusif.
3. MAN 2 Sleman ada baiknya dapat lebih memanfaatkan media teknologi informasi dan komunikasi sebagai media pemasaran pendidikan inklusif. Kedepanya diharapkan kepada MAN 2 Sleman untuk dapat memanfaatkan media-media, seperti: blog, facebook, twitter dll sebagai media pemasaran pendidikan inklusif. Selain itu diharapkan juga kedepanya MAN 2 Sleman telah memiliki akun instagram dan youtube resmi yang digunakan untuk pemasaran pendidikan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013.

Andriyani, Winda. *Implementasi Pendidikan Inklusif di Sekolah Dasar Taman Muda Ibu Pawiyatan Yogyakarta*. Skripsi: FIP Universitas Negeri Yogyakarta. 2017.

Antoro, Qamarudin Dwi. *Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di MI Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten*. Tesis: FITK UIN Sunan Kalijaga. 2015.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta, Rineka Cipta. 1998.

Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib. *Kemudahan dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: GEMA INSANI Press. 2000.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010.

Bakar, Usman Abu. *Pendidikan Islam Inklusif-Intergratif, Manifestasi HAM*. Surakarta: Fataba Press. 2012.

Budiyanto. *Pengantar Pendidikan Inklusif Berbasis Budaya Lokal*. Jakarta: Depdiknas. 2005.

- Choiri, Abdul Salim & Yusuf, Munawir. *Pendidikan Anak Berkebutuhan Khusus Secara Inklusif*. Surakarta: Yuma Pustakan. 2009.
- Danim, Sudarwan. *Media Komunikasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 1994.
- Darimi, Ismail. “Teknologi Informasi dan Komunikasi Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Efektif”. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Cyberspace*. Vol. 1. No. 2. 2017.
- Daryanto. *Media Pembelajaran*. Bandung: Satu Nusa. 2010.
- Darmawan, Deni. *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA. 2012.
- DH, Basu Swastha & Irawan. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta. 2008.
- Fu’ad, Muhammad bin Baqi, Abdul. *Hadits Shahih Bukhari Muslim: Himpunan Hadits Tersahih yang Diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim*. Depok: PT. FATHAN PRIMA 162 1A. 2013.
- Gulo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo. 2010.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset. 1989.

Handoko, Hani. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA. 1999.

Hidayat, Fahmi. *Strategi Manajemen Marketing Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Klaten Tahun 2016/2017*. Teisis: FITK IAIN Surakarta. 2017.

Indiyanto. *Implementasi Pendidikan Inklusif*. Surakarta: FKIP UNS. 2013.

Irawan et. al., *Pemasaran: Prinsip dan Kasus*. Yogyakarta: BFE-YOGYAKARTA. 2001.

Jusuf, Soewadji. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2012.

Kementerian agama Republik Indonesia. *Al-Qur'anul Karim dan Terjemah*. Surakarta: Az-Ziyadah. 2014.

Kotler, Philip & Armstrong, Grey. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo. 1997.

Kustawan, Dedy & Mulyani, Yani Mei. *Mengenal pendidikan Khusus dan Pendidikan Layanan Khusus serta Implementasinya*. Jakarta: Luxima. 2013.

Limakrisna, Nandan & Putra, Togi Parulian. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2017.

Machali, Imam & Hidayat, Ara. *The Handbook Of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2016.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2010.

Muhadjir, Noeng. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin. 2007.

Mujid, Abdul & Mudzakir, Jusuf. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Kencana Prenida Media. 2010.

Munir, M. “Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Kualitas Peserta Didik”. *INTIZAM : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 1. No. 2. 2018.

Mulyono. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2008.

Murwati, Eni. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (studi tentang manajemen pemasaran di MTS Negeri Maguwoharjo)*. Tesis: FITK UIN Sunan Kalijaga. 2017.

Nasution. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 1998.

Pendidikan Luar Biasa, Direktorat. *Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Inklusif*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Luar Biasa. 2004.

-----, *Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Terpadu*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Luar Biasa. 2005.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 70 Tahun 2009 tentang Pendidikan Inklusif bagi Peserta Didik yang Memiliki Kelainan dan Memiliki Potensi Kecerdasan dan/atau bakat istimewa.

PLB, Direktorat. *Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Inklusi (Menenal Pendidikan Terpadu)*. Jakarta: Depdiknas. 2004.

Praptiningrum, N. “Fenomena Penyelenggaraan Pendidikan Inklusif Bagi Anak Berkebutuhan Khusus, *Jurnal Pendidikan Khusus*, Vol. 7. No. 2. 2010.

Pribadi, Benny A. *Materi Pokok Media Teknologi*. Jakarta: Universitas Terbuka. 2004.

Restiyani, Rusi. "Profil Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi TIK sebagai Media dan Sumber Pembelajaran oleh Guru Biologi". *Jurnal Edusains*. Vol. VI. No. 01. 2014.

Rohmat. *Manajemen Pendidikan*. Sukoharjo: Tarjih. 2017.

Ranupandojo Heidjarachman. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 1996.

Sagala, Syaiful. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Banfung: Alfabeta. 2000.

Sanjaya, Wina. *Media Komunikasi Pembelajaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012.

Sholeh, Akhmad. *Aksesibilitas Penyandang Disabilitas Terhadap Perguruan Tinggi: Studi Kasus Empat Perguruan Tinggi Negeri di Yogyakarta*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara. 2016.

Soyomukti, Nurani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: AR-RUZZ Media. 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2008.

-----, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.

Sunardi & Sunaryo. “Manajemen Pendidikan Inklusif: Konsep, Kebijakan, dan Implementasinya”. *JASSI_Anakku*. Vol. 10. No. 2. 2011.

Suryosubroto. *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta. 2004.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset. 2003

Sutarman. *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2012

Tanama, Budi Rahayu. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana. 2017.

Tambaruka, Apriadi. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khayalak Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional

Uno, Hamzah B & Lamatenggo, Nina. *Teknologi Komunikasi dan Informasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara. 2011.

Usman, Abu Bakar. *Fungsi Ganda Lembaga Pendidikan Islam: Respon Kreatif Terhadap Undang-Undang Sisdiknas*. Yogyakarta: Safiria Insani Press. 2005.

<https://www.google.com/search?q=pengertian+landasan+teori.html>.

<https://www.ilmupemasaran.com/2015/10/pengertian-pelanggan-dan-konsumen-serta.html>

[https://id.m.wikipedia.org/wiki.Pendidikan_inklusif.html](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pendidikan_inklusif.html)

<https://Gpengertian.blogspot.com/2012/06/responden-pengertian-contoh-kelebihan.html>

<https://www.statistikian.com/2017/02/metode-penelitian-metodologi-penelitian.html>.

<https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>

<https://quran.kemenag.go.id>

<https://tafsirq.com/21-al-anbiya/ayat-803tafsir-jalalayn>

www.ibnukatsironline.com/2015/09/tafsir-surat-al-ahzab-ayat-70-71.html

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Peta Konsep Istrument Penelitian

PETA KONSEP INSTRUMENT PENELITIAN

| Masalah | Rumusan Masalah | Konsep | Indikator | Kisi-Kisi Pertanyaan | Metode Pengumpulan Data | Sumber Data | Analisis | Kesimpulan |
|---|--|-------------|---|--|-------------------------|--------------------------|----------|------------|
| 1. Adanya sebagian masyarakat yang belum mengetahui sekolah-sekolah yang menyelenggarakan program pendidikan inklusif | a. Bagaimana manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ? | Perencanaan | 1) Menyusun perencanaan pemasaran pendidikan inklusif ? | a) Bagaimanakah MAN 2 Sleman dalam merencanakan pemasaran pendidikan inklusif ? | Wawancara | Kepala Sekolah dan Humas | | |
| | | | 2) Identifikasi pasar | b) Bagaimakah identifikasi pasar pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ? | Wawancara | Humas | | |
| | | | 3) Segmentasi pasar dan <i>positioning</i> | c) Bagaimanakah segmentasi pasar dan <i>positioning</i> dalam pemasaran pendidikan inklusif di MAN | Wawancara | Humas | | |
| 2. Adanya pandangan negatif orang tua terhadap | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|---|--|-----------|--------------------------|--|
| <p>pelayanan pendidikan inklusif yang diselenggarakan oleh sekolah-sekolah umum sehingga orang tua lebih memilih menyekolahkan anaknya di SLB ketimbang di sekolah umum yang menyelenggarakan pendidikan inklusif</p> | | | | | 2 Sleman ? | | | | |
| | | | | | <p>4) Diferensiasi produk</p> | <p>d) Bagaimanakah diferensiasi produk pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?</p> | Wawancara | Humas | |
| | | | | | | <p>e) Apa kelebihan dan perbedaan dari produk (peserta didik) pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman dengan pendidikan inklusif lainnya ?</p> | Wawancara | Humas | |
| | | | | | <p>5) Melakukan pengorganisasian atau pembagian tugas terkait pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?</p> | <p>f) Bagaimana pengorganisasian atau pembagian tugas terkait pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?</p> | Wawancara | Kepala Sekolah dan Humas | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | <p>Pengorganisasian</p> | | | | |

[illegible]

| | | | | | | |
|---|--------------------------|--|---|-----------|--------------------|--|
| 3. Adanya sebagian masyarakat yang belum mengetahui dan memahami program pendidikan inklusif yang diseenggarakan MAN 2 Sleman | | | | | | |
| | 8) Pelayanan pemasaran | | dilakukan ? | Wawancara | Humas | |
| | | | k) Bagaimana bentuk pelayanan pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ? | | | |
| | | | l) Apakah MAN 2 Sleman menggunakan strategi pemasaran dalam pendidikan inklusif ? | Wawancara | Humas | |
| | 10) Melakukan monitoring | | m) Jika ya ? Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan MAN 2 Sleman ? | Wawancara | Humas | |
| | | | n) Apakah MAN 2 Sleman | Wawancara | Kepala Sekolah dan | |

| | | | | | | | |
|--|--------------------|---|---|---------------------------------|---------------------------------------|--|--|
| | Pengawasan | evaluasi pemasaran pendidikan inklusif | melakukan monitoring evaluasi pemasaran pendidikan inklusif ? | | Humas | | |
| | | | o) Jika ya ? Bagaimana bentuk monitoring evaluasi dan tindakan perbaikan yang kedepannya ? | Wawancara | Kepala Sekolah dan Humas | | |
| | Perencanaan | 1) Pendidikan yang mengatur agar dijabel dilayani di sekolah terdekat, di kelas reguler bersama teman- teman seusiaanya 2) Dokument atau surat-surat tentang | a) Menurut bapak apa definisi dari pendidikan inklusif ? | Wawancara | Koordinator pendidikan inklusif | | |
| | | | b) Makna apa yang terkandung dalam definisi tersebut ? | Wawancara | Koordinator pendidikan inklusif | | |
| | | | c) Apa landasan yuridis MAN 2 Sleman dalam | Dokumentasi dan Wawancara | Kepala Sekolah dan Koordinator | | |

[illegible]

| | | | | | | | | |
|--|----------|-------------------------|---|---|-----------|------------------------------------|--|--|
| | Sleman ? | Perencanaan | 2) Menyusun perencanaan media teknologi informasi dan komunikasi | c) Bagaimana MAN 2 Sleman dalam merencanakan atau menentukan media teknologi informasi dan komunikasi ? | Wawancara | Kepala Sekolah dan Pengelola Media | | |
| | | | 3) Tujuan dari adanya media teknologi informasi dan komunikasi | d) Apa tujuan dari diadakanya media teknologi informasi dan komunikasi di MAN 2 Sleman ? | Wawancara | Kepala Sekolah dan Pengelola Media | | |
| | | Pengorganisasian | 4) Memiliki pengelola khusus terkait media teknologi informasi dan komunikasi | e) Apakah MAN 2 Sleman mempunyai pengelola khusus terkait media teknologi informasi dan komunikasi ? | Wawancara | Humas dan Pengelola Media | | |

[illegible]

| | | | | | | | |
|--|---|--|--|---|-----------|---------------------------|--|
| | d. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ? | | 1) Lingkungan makro (lingkungan demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik, budaya) dan lingkungan mikro (perusahaan, pemasok, perantara, pemasaran, pelanggan, dan pesaing) | a) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ? | Wawancara | Humas dan Pengelola Media | |
|--|---|--|--|---|-----------|---------------------------|--|

Lampiran 2: Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN YOGYAKARTA

- A. Pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman.
- B. Pelaksanaan pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman.
- C. Pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif.

Lampiran 3: Pedoman Dokumentasi

PEDOMAN DOKUMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN YOGYAKARTA

- A. Pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman.
- B. Landasan yuridis MAN 2 Sleman dalam penyelenggaraan pendidikan inklusif.
- C. Bentuk pelaksanaan pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman.
- D. Bentuk pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif.

Lampiran 4: Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN YOGYAKARTA

Pedoman Wawancara dengan Kepala Madrasah MAN 2 Sleman

Nama : Yoga Anjas Pratama
Informan : Ali Asmu'i
Hari/Tanggal : Jum'at / 15 Maret 2019
Tempat : MAN 2 Sleman

A. Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

1. Perencanaan
 - a. Bagaimanakah MAN 2 Sleman dalam merencanakan pemasaran pendidikan inklusif ?
2. Pengorganisasian
 - a. Bagaimana pengorganisasian atau pembagian tugas terkait pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
 - b. Siapa saja yang berperan dalam pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
3. Penggekrakan
 - a. Bagaimana pelaksanaan pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?

- b. Apakah MAN 2 Sleman melakukan komunikasi pemasaran pendidikan inklusif ?
 - c. Jika ya ? Bagaimana bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan ?
 - d. Bagaimana bentuk pelayanan pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
4. Pengendalian atau Pengawasan
- a. Apakah MAN 2 Sleman melakukan monitoring evaluasi pemasaran pendidikan inklusif ?
 - b. Jika ya ? Bagaimana bentuk monitoring evaluasi dan tindakan perbaikan yang kedepanya ?

B. Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

1. Perencanaan
- a. Apa landasan yuridis MAN 2 Sleman dalam menyelenggaraan pendidikan inklusif ?
 - b. Bagaimana MAN 2 Sleman dalam merencanakan pendidikan inklusif ?
 - c. Apa tujuan dari penyelenggaraan pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman
2. Pengendalian atau Pengawasan
- a. Apakah sekolah melakukan monitoring evaluasi terhadap pelaksanaan pendidikan inklusif ?
 - b. Jika ya ? Bagaimana bentuk monitoring evaluasi yang dilakukan ?

C. Pemanfaatan Media Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pemasaran Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

1. Bagaimana MAN 2 Sleman dalam merencanakan atau menentukan media teknologi informasi dan komunikasi ?
2. Apa tujuan dari diadakanya media teknologi informasi dan komunikasi di MAN 2 Sleman ?
3. Apakah MAN 2 Sleman memanfaatkan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif ?
4. Jika ya? Bagaimana bentuk pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif tersebut ?
5. Apakah sekolah melakukan monitoring evaluasi terhadap pemnfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
6. Jika ya ? Bagaimana bentuk monitoring evaluasi yang dilakukan ?

Pedoman Wawancara dengan Humas MAN 2 Sleman

Nama : Yoga Anjas Pratama
Informan : Siti Maimunah dan Badrudin
: Fitri
Hari/Tanggal : Kamis / 14 Maret 2019
: Jum'at / 05 April 2019
Tempat : MAN 2 Sleman

A. Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

1. Perencanaan

- a. Bagaimanakah MAN 2 Sleman dalam merencanakan pemasaran pendidikan inklusif ?
- b. Bagaimakah identifikasi pasar pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
- c. Bagaimanakah segmentasi pasar dan positioning dalam pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
- d. Bagaimanakah diferensiasi produk pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
- e. Apa kelebihan dan pembeda dari produk (peserta didik) pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman dengan pendidikan inklusif lainnya ?

2. Pengorganisasian

- a. Bagaimana pengorganisasian atau pembagian tugas terkait pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
- b. Siapa saja yang berperan dalam pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?

3. Penggerakan

- a. Bagaimana pelaksanaan pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
- b. Apakah MAN 2 Sleman melakukan komunikasi pemasaran pendidikan inklusif ?
- c. Jika ya ? Bagaimana bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan ?
- d. Bagaimana bentuk pelayanan pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
- e. Apakah MAN 2 Sleman menggunakan strategi pemasaran dalam pemasaran pendidikan inklusif ?
- f. Jika ya ? Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan MAN 2 Sleman ?

4. Pengendalian atau Pengawasan

- a. Apakah MAN 2 Sleman melakukan monitoring evaluasi pemasaran pendidikan inklusif ?
- b. Jika ya ? Bagaimana bentuk monitoring evaluasi dan tindakan perbaikan yang kedepanya ?

B. Pemanfaatan Media Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pemasaran Pendidikan Inklusif

1. Apakah MAN 2 Sleman memiliki media teknologi informasi dan komunikasi ?
2. Media teknologi informasi dan komunikasi apasajakah yang dimiliki MAN 2 Sleman ?

3. Apakah MAN 2 Sleman mempunyai pengelola khusus terkait media teknologi informasi dan komunikasi ?
4. Apakah MAN 2 Sleman memanfaatkan media teknologi informasi dan komunikasi sebagai dalam pemasaran pendidikan inklusif ?
5. Jika ya? Bagaimana bentuk pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif tersebut ?

C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?

Pedoman Wawancara Koordinator Pendidikan Inklusif

Nama : Yoga Anjas Pratama
Informan : Yusfariani
: Mizan
: Nuning Setianingsih
Hari/Tanggal : Sabtu / 16 Maret 2019
: Senin / 18 Maret 2019
: Sabtu / 09 April 2019
Tempat : MAN 2 Sleman

A. Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

1. Perencanaan

- a. Menurut bapak atau ibu apa definisi dari pendidikan inklusif ?
- b. Makna apa yang terkandung dalam definisi tersebut ?
- c. Apa landasan yuridis MAN 2 Sleman dalam menyelenggaraan pendidikan inklusif ?
- d. Bagaimana MAN 2 Sleman dalam merencanakan pendidikan inklusif ?
- e. Apa tujuan dari penyelenggaraan pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman

2. Pengorganisasian

- a. Apakah MAN 2 Sleman mempunyai pengelola khusus terkait pendidikan inklusif ?
- b. Jika ya? Apa tugas dari pengelola khusus terkait pendidikan inklusif ?

3. Penggerakan

- a. Bagaimana bentuk pelaksanaan pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
- b. Bagaimana pelayanan pendidikan inklusif yang diberikan ?
- c. Bagaimana proses pelaksanaan pendidikan inklusif yang dilakukan di MAN 2 Sleman ?

4. Pengendalian atau Pengawasan

- a. Apakah sekolah melakukan monitoring evaluasi terhadap pelaksanaan pendidikan inklusif ?
- b. Jika ya ? Bagaimana bentuk monitoring evaluasi yang dilakukan ?

B. Pemanfaatan Media Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pemasaran Pendidikan Inklusif

- 1. Bagaimana bentuk pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi sebagai media pemasaran pendidikan inklusif tersebut ?

Pedoman Wawancara dengan Pengelola Media

Nama : Yoga Anjas Pratama
Informan : Nurul Iman
Hari/Tanggal : Rabu / 20 Maret 2019
Tempat : MAN 2 Sleman

A. Pemanfaatan Media Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pemasaran Pendidikan Inklusif

1. Perencanaan

- a. Apakah MAN 2 Sleman memiliki media teknologi informasi dan komunikasi ?
- b. Media teknologi informasi dan komunikasi apasajakah yang dimiliki MAN 2 Sleman ?
- c. Bagaimana MAN 2 Sleman dalam merencanakan atau menentukan media teknologi informasi dan komunikasi ?
- d. Apa tujuan dari diadaknya media teknologi informasi dan komunikasi di MAN 2 Sleman ?

2. Pengorganisasian

- a. Apakah MAN 2 Sleman mempunyai pengelola khusus terkait media teknologi informasi dan komunikasi ?
- b. Jika ya? Apa tugas dari pengelola khusus terkait media teknologi informasi dan komunikasi ?

3. Penggerakan

- a. Apakah MAN 2 Sleman memanfaatkan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif ?

- b. Jika ya? Bagaimana bentuk pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif tersebut ?
- 4. Pengendalian atau Pengawasan
 - a. Apakah sekolah melakukan monitoring evaluasi terhadap pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman
 - b. Jika ya ? Bagaimana bentuk monitoring evaluasi yang dilakukan ?

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

- 1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?

Pedoman Wawancara dengan GPK MAN 2 Sleman

Nama : Yoga Anjas Pratama

Informan : Lisa

Hari/Tanggal : Sabtu / 16 Maret 2019

Tempat : MAN 2 Sleman

A. Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

1. Apa tujuan dari penyelenggaraan pendidikan inklusif di MAN 2 Sleman ?
2. Bagaimana pelayanan pendidikan inklusif yang diberikan ?

**Pedoman Wawancara dengan Peserta Didik Inklusif MAN 2
Sleman**

Nama : Yoga Anjas Pratama
Informan : Adlan Rosyid Assidiq
 : Arif Ardiyanto
Hari/Tanggal : Selasa / 19 Maret 2019
 : Sabtu / 06 April 2019
Tempat : MAN 2 Sleman

A. Pendidikan Inklusif di MAN 2 Sleman

1. Bagaimana pelayanan pendidikan inklusif yang diberikan ?

Lampiran 5: Dokumentasi Kegiatan

DOKUMENTASI KEGIATAN



Wawancara dengan ibu Lisa
(GPK)



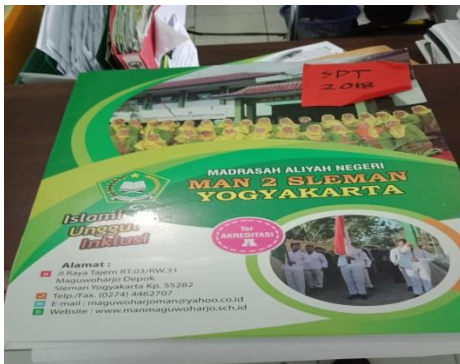
Banner-banner MAN 2 Sleman



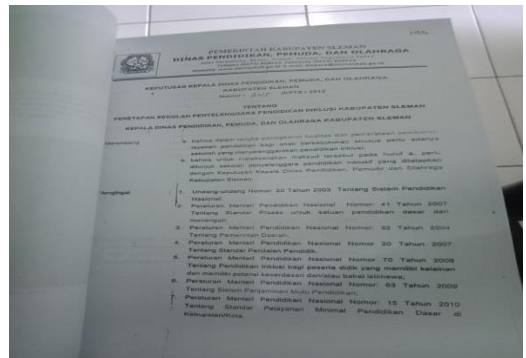
Brosur-brosur MAN 2 Sleman



Foto bersama bapak Nurul
Iman pengelola media MAN 2
Sleman



Buletin MAN 2 Sleman



Surat keputusan penyelenggaraan pendidikan inklusif MAN 2 Sleman dari dinas Dikpora



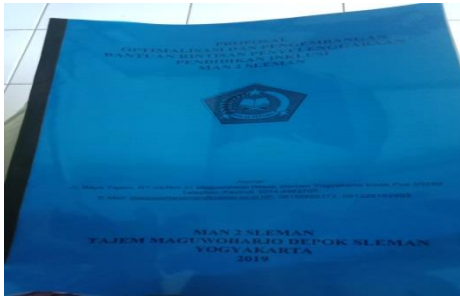
Banner-banner MAN 2 Sleman



Foto bersama dengan peserta didik inklusif MAN 2 Sleman



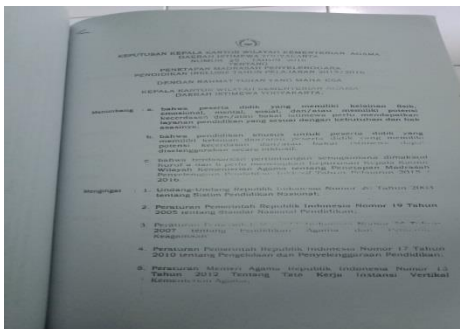
Banner-banner MAN 2 Sleman



Proposal optimalisasi dan pengembangan bantuan rintisan penyelenggaraan pendidikan inklusif MAN 2 Sleman



Ruang khusus inklusif



Surat keputusan penyelenggaraan pendidikan inklusif MAN 2 Sleman dari Kemenag wilayah DIY



Keadaan peserta didik inklusif ketika mengikuti ulangan tengah semester



Keadaan peserta didik inklusif ketika menjawab soal ulangan tengah semester



Keadaan peserta didik inklusif ketika mengikuti ulangan tengah semester



Peserta didik inklusif mengerjakan ulangan tengah semester



Keadaan peserta didik inklusif ketika menjawab soal ulangan tengah semester



Guru kelas memberikan
pengarahan mengenai
pembelajaran yang dilakukan



Peserta didik inklusif
mendapatkan pengarahannya dari
teman-temannya.



Keadaan peserta didik inklusif
ketika mengikuti pembelajaran
di kelas



Keadaan peserta didik inklusif
ketika mengikuti pembelajaran
di kelas



Al-Qur'an braille



Alat-alat tulis braille



Majalah braille Indonesia



Alat bantu perekam untuk peserta didik Inklusif



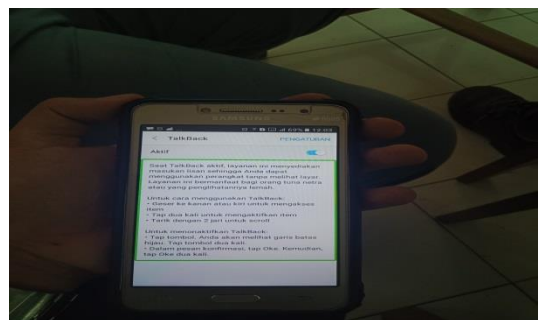
Blok-blok jalan untuk peserta didik tunanetra



Toilet khusus untuk peserta didik inklusif



Keadaan Lab. komputer MAN 2 Sleman



Contoh handphone peserta didik inklusif yang menggunakan aplikasi TalkBack



Keadaan komputer-komputer di
MAN 2 Sleman



Keadaan pemasaran MAN 2
Sleman melalui Instagram



Keadaan website MAN 2
Sleman



Keadaan pemasaran MAN 2
Sleman melalui website
Kemenag wilayah DIY



Keadaan pemasaran MAN 2 Sleman melalui YouTube



Keadaan Mading MAN 2 Sleman yang berisi postingan-postingan Instagram Organisasi-organisasi sekolah



Keadaan pemasaran MAN 2 Sleman melalui website Kemenag Sleman

Lampiran 6: Daftar Peserta Didik Inklusif

| No | Nama Siswa | L/P | Kelas | Nama Orang Tua / Wali | Pekerjaan Orang Tua | Keterangan |
|-----------|--------------------------|------------|--------------|----------------------------------|--------------------------------|-------------------|
| 1 | Adlan Rosyid Assidiq | L | X Agama | Sodiqin | Buruh Bangunan | Tunanetra |
| 2 | Arif Ardiyanto | L | X Agama | Sumardi | TNI AD | Tunanetra |
| 3 | Anisa Widyastuti | P | X IPS 1 | Juweri | Pensiunan PNS | Tunanetra |
| 4 | Avia Cahyani | P | X IPS 1 | Sugiono | Wiraswasta | Tunanetra |
| 5 | Tri Gunawa | L | X IPS 1 | Sugimin | Sopir | Tunanetra |
| 6 | Rizka Nur Safitri | L | X IPS 1 | Nur Azis Agussudur | Wiraswasta | Tunanetra |
| 7 | Amanda Udayaning Tyas | P | X IPS 2 | Partono | Wiraswasta | Tunanetra |
| 8 | Andi Santoso | L | X IPS 2 | Sawab | Wiraswasta | Tunanetra |
| 9 | Evitasari Rovvi | P | X IPS 2 | Sutikno | Pensiunan | Tunanetra |

| | | | | | | | |
|----|-------------------------|---|-----------|----------------------|------------|--------------|--|
| | Ngudarojah | | | | | | |
| 10 | Ririn Eriyanti | P | X IPS 2 | Budi Suroso | Pedagang | Tunanetra | |
| 11 | Wanda | L | X IPS 2 | Zainal Abidin D | Wiraswasta | Cacat Tangan | |
| 12 | Ahmad Musabikin | L | XI Agama | Muh. Nasir | Buruh | Tunanetra | |
| 13 | Ilma Phasa Nuraini | P | XI Agama | Mashudi | Wiraswasta | Tunanetra | |
| 14 | Yovan Rate Azis | L | XI IPS 2 | Abdul Azis | Wiraswasta | Tunanetra | |
| 15 | Ricky Septiandika | L | XI IPS 1 | Adi Subandi | Wiraswasta | Tunanetra | |
| 16 | Ovinia Nur Indahsari | P | XII Agama | Basuki | Swasta | Tunanetra | |
| 17 | Syifa | P | XII Agama | Turaji | Swasta | Tunanetra | |
| 18 | Dheanisa Miftakhul Adin | P | XII MIA 1 | Wirawan Broto Yuwono | Swasta | Tunadaksa | |
| 19 | Arditnya Rahman | L | XII IPS 1 | Rachmadi | Swasta | Tunanetra | |

| | | | | | | | |
|----|---------------------|---|-----------|------------|--------|-----------|--|
| | | | | Sukarwanto | | | |
| 20 | Rifan Febriyanto | L | XII IPS 1 | Budiono | Swasta | Tunanetra | |
| 21 | Muh. Rifki Yanuardi | L | XII IPS 2 | Zaenudin | Swasta | Tunanetra | |
| 22 | Muhtar Murji Afandi | L | XII Agama | Suharno | Swasta | Tunanetra | |

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

| | | |
|---|--|--|
| HARI/TANGGAL | Rabu, 17 Oktober 2018 | |
| NAMA DAN NIM | YOGA ANJAS PRATAMA / 17204010079 | |
| JUDUL PROPOSAL | MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN | |
| DOSEN | Dr. Na'imah, M. Hum | |
| DAFTAR HADIR PESERTA | <p>Nama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fadhil Burhan Lai 2. Syahril Labaso 3. Adtha Buthuri 4. Afia Fiqri Almas 5. Siti Fraista 6. Ardhitia Fureon Wiatono 7. Rachmad Sobri 8. Nurjanna Rahmatani 9. Maimuna Ritonga 10. Nur Azizah 11. Mudhofatol Afifah 12. 13. 14. 15. | <p>Tanda Tangan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. |
| Diskusi | | |
| Nama | (Pertanyaan/Masukan/Saran*) | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Dr. Na'imah, M. Hum 2. Nur Azizah 3. Adtha Buthuri 4. 5. 6. | <p>- Proses analisisnya disesuaikan dengan konten yang akan dikaji</p> <p>- Perbaiki latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian</p> <p>- Konten proposal harus konsisten, substantif, dan runtut.</p> | |

*) Apabila tidak cukup, bisa ditulis di sebaliknya

Mengetahui
Kaprodi Magister (S2) MPI

Prof. Dr. H. Hamruni, M.Si.
NIP. 19590525 198503 1 005

Dosen Seminar Proposal

Dr. Na'imah, M. Hum



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN SLEMAN
MADRASAH ALIYAH NEGERI 2 SLEMAN

Jl. Raya Tajem, Tajem, RT.03/RW.31 Maguwaharjo Depok Sleman Yogyakarta Kode Pos
55282 Telephon. 0274-4462707; Faximili. 0274-4462707,
E-Mail: maguwaharjoman@yahoo.co.id.

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-326/Ma.12.10/PP.00.6/04/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ali Asmu'i, S.Ag, M.Pd.
NIP. : 19740722 200710 1 002.
Pangkat/Gol : Penata Tk.I (III/d).
Jabatan : Kepala MAN 2 Sleman.

Menerangkan bahwa :

N a m a : Yoga Anjas Pratama
N I M : 17204010079
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam – S2
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
Lembaga : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

telah melaksanakan Penelitian tentang : “ **Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif Melalui Media (TIK) Teknologi Informasi dan Komunikasi** “, di MAN 2 Sleman, pada Tanggal 25 Februari – 11 April 2019.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sleman, 13 April 2019.





PROGRAM MAGISTER (S2) DAN DOKTOR (S3)
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

KARTU BIMBINGAN TESIS

Nama : Yoga Anjas Pratama
NIM : 17204010079
Prodi : MPI
Konsentrasi : -
Dosen Pembimbing : Dr. H. Suwadi, M.Pd

Judul Tesis : MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN

| No | Tanggal Bimbingan | Progres Materi Bimbingan | Tanda tangan Pembimbing |
|----|-------------------|--|-------------------------|
| 2 | 12/2/2019 | - Tambahkan jurnal pd kaj. / Dinjauan pustaka. - Sistematika dibuat naratif | |
| | | - Fungsi Manajemen diisi dg. strategi pemasaran dan kaitian dg pendidikan (Inklusif). | Muwad |
| | | - lengkapi panduan pedoman pengumpulan data dan Rujuk Instrumen yg sudah ada (diadaptasi dr. ...) | |
| 3. | 15/2/2019 | - Peta Konsep Tesis. - Untuk menentukan keluasaan & kedalaman Pautan Pengumpul Data. - Sumber data akan semakin Jelas | Muwad |
| 4. | 26/2/2019 | 1. Disesuaikan Instrumen dg Variabel. 2. Variabel & Instrumen / Kisi-kisi & en Kerangka Teori | Muwad |

Mengetahui
Kaprod MPI,

Prof. Dr. H. Hamruni, M.Si

NIP. 19590525 198503 1 005

Pembimbing,

Dr. H. Suwadi, M.Pd



PROGRAM MAGISTER (S2) DAN DOKTOR (S3)
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

KARTU BIMBINGAN TESIS

Nama : Yoga Anjas Pratama
NIM : 17204010079
Prodi : PAI
Konsentrasi : MPI
Dosen Pembimbing : Dr. H. Suwadi, M.Pd

Judul Tesis : MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF MEDIA
TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI MAN 2
SLEMAN

| No | Tanggal Bimbingan | Progres Materi Bimbingan | Tanda Tangan Bimbingan |
|----|-------------------|---|------------------------|
| 5 | 12/3/2019 | 1. Susun Panduan wawancara/ pengumpulan data (kelompok) sesuai dengan peta tesis tsb. 2. Setelah terkumpul, Silakan ke lapangan mengali data dengan panduan tsb. | Muhammad |
| 6 | 2/4/2019 | 1. Triangulasi data 2. Sumber & lengkap data terhadap item / point pertanyaan TS Display. 3. Keompokan disebarkan ke 4 kelompok 1-4. 4. Tak tulis disebarkan. | Muhammad |

Mengetahui
Kaprod MPI,

Prof. Dr. H. Hamruni, M.Si
NIP. 19590525 198503 1 005

Pembimbing,

Dr. H. Suwadi, M.Pd
NIP. 19701015 199603 1 001



PROGRAM MAGISTER (S2) DAN DOKTOR (S3)
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

KARTU BIMBINGAN TESIS

Nama : Yoga Anjas Pratama
NIM : 17204010079
Prodi : PAI
Konsentrasi : MPI
Dosen Pembimbing : Dr. H. Suwadi, M.Ag., M.Pd
Judul Tesis : MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN INKLUSIF
MELALUI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI DAN
KOMUNIKASI DI MAN 2 SLEMAN YOGYAKARTA

| No | Tanggal Bimbingan | Progres Materi Bimbingan | Tanda Tangan Bimbingan |
|----|-------------------|---|------------------------|
| 7 | 10/4/2019 | - penulisan <i>facte note</i> - penulisan <i>daftar pustaka</i> | <i>md</i> |
| | | - elaborasi <i>setelah kutipan</i> - <i>Bagian depan Skripsi</i> | |
| 8 | 12/4/2019 | - <i>Buat paparan slide ppt</i> - <i>10-12 untuk ujian</i> | <i>md</i> |
| | | - <i>Staples buku / materi dan</i> - <i>Dokumen & lokasi</i> | |
| | | - <i>Persiapkan ujian</i> | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Mengetahui
Kaprod MPI,

Prof. Dr. H. Hamruni, M.Si
NIP. 19590525 198503 1 005

Pembimbing,

Dr. H. Suwadi, M.Ag., M.Pd
NIP. 19701015 199603 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Yoga Anjas Pratama, S.Pd
Tempat/tgl Lahir : Muaradua, 23 November 1995.
Alamat Asal : Kp. Kepayang, Muaradua, Oku. Selatan,
Sumsel. Jl. Ringin Sari, Sambilegi, Kel. Maguwoharjo
Kec. Depok, Kab. Sleman Yogyakarta.
Alamat Domisili :
@mail : Yogaanjas8@gmail.com / 081272057765
Nama Ayah : Asmiro Faisol, S.Pd
Nama Ibu : Juwita
Nama Adek : Yogi Aji Saputra

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. TK Darusalam Muaradua (2000-2001).
- b. SDN 5 Muaradua (2001-2007).
- c. PONPES Nurul Chalik (2007-2010).
- d. MAN Muaradua (2010-2013).
- e. UIN Raden Intan Lampung (2013-2017).
- f. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2017-Sekarang).

C. Prestasi/Penghargaan

1. Predikat *Cumlaude* dari Kaprodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung 2017.
2. Penulis antalogi dalam buku Asamualaikum Jodoh dengan judul BBM (Bekerja, Beribadah dan Memantaskan Diri) terbitan Wahyu Qolbu.
3. Penulis anatalogi dalam buku Sampai Kapan Aku Menunggu? dengan judul Ada Cinta Terindah dari-Nya terbitan Wahyu Qolbu.
4. Penulis artikel dalam intipjurusan.com dengan judul Review Jurusan & Pengalaman Kuliah PAI UIN Lampung.
5. Kontributor terpilih dalam event menulis kata mutiara dengan tema “Perayaaan Patah Hati” dan kontributor terpilih dalam event menulis puisi dengan tema “Perempuan dan Perantauan” yang diselenggarakan Penerbit WA Publisher.
6. Penulis terpilih lomba cipta puisi tingkat nasional dengan tema “Rindu” yang diselenggarakan Penerbit Jendela Sastra Indonesia.

D. Karya Ilmiah

1. Buku:
Antalogi Manajemen Pendidikan Islam: Teori dan Praktik.
2. Artikel
 - a. Media Komik dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SDN 1 Sukabumi Bandar Lampung, dalam jurnal MUDARISUNNA: Media dan Kajian Pendidikan Islam.

- b. Implementasi Manajemen Pembelajaran Karakter Berbasis *Total Quality Management* di SMP Muhammadiyah 3 Yogyakarta, dalam jurnal Nidhomul Haq: Manajemen Pendidikan Islam.

3. Penelitian:

Penggunaan Media Komik untuk Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik Kelas V dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SDN 1 Sukabumi Bandar Lampung, dalam Skripsi UIN Raden Intan Lampung Tahun 2017/2018.